

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebelum adanya internet, komunikasi manusia bergantung pada sejumlah metode tradisional, termasuk interaksi langsung, media cetak, telepon, surat pos, dan faksimili, sebagai cara untuk menyampaikan informasi dan memfasilitasi interaksi antarindividu atau kelompok. Meskipun metode-metode ini memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan dan kecepatan, mereka memainkan peran yang signifikan dalam membangun hubungan interpersonal, menyebarkan informasi, dan memfasilitasi pertukaran ide dan gagasan. Sebelum era internet, media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio menjadi saluran utama dalam menyampaikan informasi, pesan, dan konten kepada masyarakat luas. Kemajuan teknologi komunikasi telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan waktu. Teknologi komunikasi terus berinovasi dan mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi.

Kemajuan teknologi dan informasi, bersama dengan perkembangan perangkat-perangkat yang semakin canggih dari industri, telah membawa "dunia ke dalam genggaman" setiap orang. Kehadiran media baru, seperti *new media* atau *cybermedia*, telah mengubah cara informasi dicari dan diakses, membuatnya menjadi lebih mudah dan terbuka bagi siapa pun. Internet merupakan salah satu kemajuan teknologi dalam komunikasi. Penggunaan internet saat ini mendominasi sebagian besar aktivitas manusia. Internet tidak hanya dianggap sebagai sumber informasi, melainkan juga sebagai alat komunikasi yang sangat penting. Hal ini sejalan dengan konsep *Global Village* yang diusung oleh McLuhan, yang menggambarkan kemampuan internet dalam menyatukan dan memfasilitasi komunikasi global melalui komunitas virtual tanpa batasan waktu atau jarak.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi internet dan *handphone* dibarengi dengan pesatnya pertumbuhan media sosial. Dengan munculnya berbagai media sosial,

---

<sup>1</sup> Tamburaka Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013), h. 75.

semakin mudah bagi pengguna internet untuk berkomunikasi satu sama lain. Internet telah mengubah pola interaksi masyarakat terutama dalam komunikasi yang memungkinkan tanpa terikat oleh ruang dan waktu yang sama. Internet melarutkan batasan yang mencegah orang berinteraksi. Dengan modernitas, hubungan antara ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa manusia melakukan interaksi baru tanpa harus bertemu secara fisik, salah satunya melalui internet.

Dalam era digital ini, *new media*, khususnya media sosial seperti Instagram, telah menjadi salah satu platform utama bagi seseorang untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan memperluas jaringan sosial mereka. Dengan pesatnya perkembangan media baru, yang berdampak pada situs komunikasi, berawal dari email dan aplikasi chat, hingga media sosial misalnya Instagram, X, Tiktok, Facebook dan lain sebagainya. Saat ini, Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna media sosial baik itu di kalangan remaja maupun dewasa.

Tidak hanya itu, media sosial telah berkembang menjadi salah satu platform komunikasi paling berpengaruh di seluruh dunia. Dalam ekosistem media sosial, Instagram muncul sebagai salah satu platform yang paling digemari oleh masyarakat di seluruh dunia. We Are Social melaporkan pada Januari 2024 bahwa Indonesia menduduki posisi ke-4 menjadi negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu berjumlah 100.900.00 pengguna.<sup>2</sup> Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan Instagram sebagai platform media sosial sehari-hari. Instagram digunakan untuk berbagai alasan, seperti meminta pendapat, mencari perhatian, melakukan hobi, mengolah citra, berkenalan dengan orang baru, berbisnis, terlibat dalam politik, dan mencari informasi.

Instagram adalah platform yang fokus pada konten visual seperti foto, gambar dan video, dengan pengguna bisa menyukai, menyimpan, dan memberikan komentar pada konten yang diunggah. Salah satu keunggulan dari

---

<sup>2</sup> We Are Social, “*Special Report Digital 2024*”, (<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>), Diakses pada tanggal 29 Mei 2024.

*interface* (tampilan) Instagram adalah daftar gambar profil atau fitur feed, yang dapat diatur dengan kreativitas pengguna. Instagram juga memiliki fitur *Instastory*, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video sehari-hari yang akan menghilang dalam waktu 24 jam. Selain itu, *Instastory* memungkinkan pengikut (*followers*) mengirim pesan atau respons saat melihat postingan Instagram seseorang. Keuntungan dari fitur unggah gambar Instagram, yang memungkinkan penayangan berbagai macam konten visual. Konten visual ini dapat berupa foto, video dan *flyer* yang berkaitan dengan gaya hidup seperti kuliner, olahraga, fesyen, dan wisata. Berbagai referensi foto tentang kuliner, olahraga, fesyen, wisata dapat ditemukan di *feed* Instagram dan jelajah (*explore*). Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh fitur-fitur Instagram membuatnya lebih mudah untuk berbagi foto.

Instagram telah melampaui perannya sebagai sekadar platform untuk berbagi momen kehidupan sehari-hari. Saat ini, Instagram memiliki sejumlah akun yang terfokus pada menyajikan berita dan informasi, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengakses informasi yang mereka perlukan melalui platform ini. Beragam jenis akun, seperti tutorial make-up, berita olahraga, dan terutama akun yang memfokuskan pada wisata kuliner, menjadi salah satu yang paling menarik di Instagram. Akun-akun yang menyajikan informasi mengenai destinasi kuliner ini sangat diminati di kalangan pengguna Instagram, terutama pecinta kuliner di Indonesia, karena keberagaman kuliner yang disajikan dan karena menjadi sumber referensi yang penting dalam menentukan wisata kuliner di Indonesia.

Dalam perkembangan wisata kuliner yang pesat di Serang, banyak warga yang menghadapi kesulitan dalam menemukan opsi kuliner yang sesuai dengan preferensi mereka. Hadirnya akun Instagram yang memberikan informasi mengenai destinasi wisata kuliner menjadi solusi yang mempermudah akses masyarakat terhadap informasi terkini tentang kuliner di Kota Serang dan daerah sekitarnya. Saat ini, terdapat sejumlah besar akun Instagram yang secara khusus mengunggah konten visual berupa foto, video, serta informasi terperinci tentang tempat-tempat kuliner di Kota Serang dan sekitarnya, dengan jumlah pengikut

yang mencapai puluhan ribu. Tingginya jumlah pengikut pada akun Instagram semacam itu berpotensi meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keaslian dan kualitas informasi yang disajikan oleh akun tersebut. Selain menjadi media untuk membagikan informasi, Instagram juga dapat menjadi media promosi wisata kuliner.

Promosi merupakan proses komunikasi strategis yang melibatkan interaksi informasi antara pihak-pihak organisasi atau individu, dimana teknik-teknik hubungan masyarakat digunakan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat menarik perhatian dan memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Pada wisata kuliner, promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk mengenalkan tempat wisata dan kuliner kepada masyarakat. Promosi wisata kuliner bertujuan agar masyarakat tertarik untuk mendatangi tempat wisata atau membeli produk kuliner tersebut. Pelaksanaan promosi perlu berlandaskan sebuah strategi pemasaran untuk mencapai tujuan promosi, salah satunya dapat melalui strategi bauran pemasaran atau *mix marketing*. Saat ini, media sosial menjadi wadah untuk menerapkan bauran pemasaran dalam membagikan informasi dengan mudah dan menyeluruh. Sangat beragam media sosial yang dapat dimanfaatkan, salah satunya menggunakan Instagram.

Salah satu akun Instagram yang memberikan informasi dan mempromosikan tentang wisata kuliner di Serang adalah @Jajanserang, yakni dengan jumlah *followers* (pengikut) Instagram sekitar 63.00 *followers*, dengan foto atau video sekitar 3.247 unggahan (terhitung pertanggal 1 Juni 2024).<sup>3</sup> Banyaknya pengikut dan unggahan pada akun Instagram tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti. @Jajanserang merupakan akun Instagram informasi wisata kuliner di Kota Serang dan Kabupaten Serang yang memberikan informasi kuliner terupdate, dengan penyampaian video atau foto yang menarik. Akun ini memberikan informasi dan mempromosikan tempat wisata kuliner di Serang yang berupa foto, video, dan digital *flyer* yang menarik.

---

<sup>3</sup> Akun Instagram @Jajanserang, diakses pada 1 Juni 2024.

Informasi yang diberikan mulai dari nama tempat, alamat, makanan favorit, hingga harga rata-rata di tempat kulinernya.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan, peneliti merasa tertarik untuk menjadikan akun Instagram @Jajanserang sebagai objek penelitian dalam skripsi ini. Selain itu, peneliti juga bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai bentuk informasi yang dibagikan melalui akun Instagram @Jajanserang, karakteristik konten yang diterapkan oleh Jajan Serang, serta faktor penghambat yang dihadapi dalam pengelolaan media sosial Instagram sebagai media untuk mempromosikan destinasi wisata kuliner di Kota Serang dan sekitarnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi wisata kuliner yang dilakukan oleh akun Instagram @Jajanserang?
2. Bagaimana karakteristik akun Instagram @Jajanserang?
3. Apa tantangan akun Instagram @Jajanserang dalam mengelola media sosial Instagram untuk mempromosikan wisata kuliner?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, adapun tujuan dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui promosi wisata kuliner yang dilakukan oleh akun Instagram @Jajanserang.
2. Untuk mengetahui karakteristik akun Instagram @Jajanserang.
3. Untuk mengetahui tantangan akun Instagram @Jajanserang dalam pengelolaan media sosial Instagram untuk mempromosikan wisata kuliner.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adanya penelitian ini peneliti berharap agar permasalahan yang dibahas, yang sesuai dengan uraian di atas dapat bermanfaat untuk peneliti maupun untuk

lembaga pendidikan. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

1. Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman siswa dan pembaca tentang penggunaan Instagram sebagai media informasi kuliner.

2. Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian dapat bermanfaat untuk pembaca dan menambah informasi bagi pembaca bagaimana karakteristik akun dan tantangan yang dihadapi dalam mengelola Instagram untuk mempromosikan informasi wisata kuliner pada akun Instagram @Jajanserang.

## **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

1. Jurnal oleh Difa Nurhasna Ayutiani dan Berlian Primadani Satria Putri yang berjudul “*Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*” tahun 2018, Universitas Telkom. Metode penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dengan metode virtual etnografi. Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam offline dan *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan akun Instagram @kulinerbandung oleh pengikutnya berdampak pada mereka sebagai sumber informasi kuliner. Dengan mempertimbangkan respons afektif, kognitif, dan perilaku yang didasarkan pada kerangka kerja Steven M. Chaffee, hasil penelitian menunjukkan perubahan dalam respons kognitif, di mana pengikut memperoleh informasi dan keuntungan dari akun @kulinerbandung, dan kemudian mengalami respons afektif karena mereka menggunakan akun tersebut untuk mendapatkan manfaat. Setelah merasakan respons afektif, muncul respons tindakan, yaitu berwisata

kuliner.<sup>4</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama meneliti akun Instagram sebagai media informasi wisata kuliner dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan kajian virtual etnografi, sedangkan penelitian ini menggunakan teori *New Media*.

2. Jurnal oleh Alya Nur dan Ririm Puspita Tutiasri yang berjudul “*Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan*” tahun 2022, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Metode penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang di jadikan landasan adalah teori 7c Framework, dan tujuan penelitian adalah untuk mempelajari bagaimana menggunakan akun Instagram @Jajanserang sebagai cara untuk mempromosikan makanan selama pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menawarkan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha kuliner selama pandemi, karena promosi melalui platform ini dianggap lebih efektif dan efisien tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menghasilkan lebih banyak keuntungan daripada platform lain. Meskipun penelitian ini dan penelitian sebelumnya berfokus pada akun Instagram sebagai platform informasi wisata kuliner, subjek penelitian ini adalah akun @Jajanserang, sedangkan subjek penelitian ini adalah akun @dapurbalikpapan.
3. Skripsi oleh Agustina Titin yang berjudul “*Persepsi Follower terhadap Informasi Portal Instagram @jogjalowker*” tahun 2020, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah yakni deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara secara mendalam (*in depth interview*) serta

---

<sup>4</sup> Difa Nurhasna Ayutiani & Berlian Primadani Satria Putri, *Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner*, Profesi Humas, Volume 3, No. 1, 2018, h. 39-59, (Bandung: Universitas Padjajaran, 2018), h. 39.

observasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengikut Instagram @jogjalowker terhadap informasi yang dibagikan dan faktor yang mempengaruhi persepsi pengikut. Hasil penelitian pada penelitian di atas yakni persepsi internal dan eksternal sangat penting bagi pengikut untuk memahami informasi lowongan kerja yang disajikan oleh portal @jogjalowker. Setiap postingan informasi lowongan pekerjaan harus memiliki gambar yang unik dari segi ukuran, warna, dan keunikan. Ini harus membuat postingan terlihat menarik dengan ide-ide yang berbeda dan tidak merusak tampilan Instagram *followers*. Di sisi internal, portal @jogjalowker memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan informasi di seluruh tingkat pendidikan. Selain itu, akun ini menjadi sumber informasi yang terpercaya yang memberikan informasi yang cepat dan bermanfaat. Dengan adanya portal @jogjalowker, pengikut dapat menerima pekerjaan yang sesuai dengan minat mereka.<sup>5</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas yaitu meneliti akun Instagram sebagai media informasi dengan pendekatan kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian di atas meneliti persepsi *followers*, sedangkan penelitian ini meneliti akun Instagramnya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Agar memudahkan peneliti dalam penulisan skripsi, maka dibuat sistematika penulisan yang merujuk pada buku pedoman penulisan karya tulis ilmiah Fakultas Dakwah UIN SMH Banten. Peneliti membagi sistematika penulisan, diantaranya:

Bab I: Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka dan Landasan Teori

---

<sup>5</sup> Agustina Titin, Skripsi: “*Persepsi Follower terhadap Informasi Portal Instagram @jogjalowker*”, (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2020), h. xiii.



Terdiri dari kajian pustaka dan landasan teori. Kajian Pustaka dalam penelitian ini mengenai yang diantaranya: media sosial, Instagram, informasi wisata kuliner, dan promosi. Untuk landasan teori dalam menganalisis penelitian ini digunakan teori *New Media* dan *Marketing Mix (4P)*.

#### Bab III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini terdiri dari metode penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data dan analisa data.

#### Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan

Pada bab ini akan membahas temuan dan analisa data yang terjadi selama penelitian pada akun Instagram @Jajanserang.

#### Bab V: Penutup

Bab terakhir ini akan membahas kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.